

**PENGARUH PENILAIAN PEMIRSA ATAS SUMBER
PEMBAWA PESAN DAN ARGUMEN PESAN PADA IKLAN
SABUN WAJAH DOVE DI TELEVISI TERHADAP SIKAP
PEMIRSA ATAS MEREK DI SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



DIAJUKAN OLEH

SRI WULANDARI

No. Pokok : 040137328

KEPADA

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2004

Surabaya,.....16 - 08 - 2004.....

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing



SKRIPSI

**PENGARUH PENILAIAN PEMIRSA ATAS SUMBER
PEMBAWA PESAN DAN ARGUMEN PESAN PADA IKLAN
SABUN WAJAH DOVE DI TELEVISI TERHADAP SIKAP
PEMIRSA ATAS MEREK DI SURABAYA**

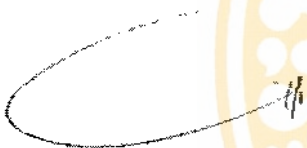
DIAJUKAN OLEH

SRI WULANDARI

No. Pokok : 040137328

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



TANTI HANDRIANA, SE, M.Si

TANGGAL..... 14 - 9 - 2004

KETUA PROGRAM STUDI,



Prof. Dr. HAMIRRUDIN UMAR, SE

TANGGAL..... 14 - 9 - 2004

ABSTRAKSI

Dalam era masyarakat komunikatif ini, periklanan merupakan elemen yang sangat penting dalam bauran pemasaran, dengan tujuan agar iklan dapat diterima dan menghasilkan respon positif dari konsumen berupa pembelian. Kemampuan iklan untuk menciptakan sikap yang menyokong terhadap suatu produk bergantung pada sikap konsumen terhadap iklan tersebut. Banyak faktor yang mempengaruhi sikap pemirsa terhadap suatu merek salah satu diantaranya yaitu berasal dari seorang sumber pembawa pesan (*endorser*) dalam suatu iklan dan argumen pesan yang diucapkan oleh si sumber pembawa pesan (*endorser*) itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sumber pembawa pesan dan argumen pesan pada iklan sabun wajah Dove di televisi terhadap sikap pemirsa atas merek di Surabaya. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah orang yang pernah melihat iklan sabun Dove di televisi berusia minimal 15 - lebih dari 40 tahun. Pada iklan tersebut yang berperan sebagai sumber pembawa pesan tunggal adalah Cindy yang berasal dari kalangan masyarakat biasa, pada iklan ini Cindy menceritakan pengalamannya sebelum dan setelah menggunakan sabun Dove. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Sumber pembawa pesan (*endorser*) yang mempunyai indikator berupa *trustworthiness* dan *physical attractiveness* serta argumen pesan yang mempunyai indikator berupa informatif, dapat dipercaya dan dapat meyakinkan pemirsanya. Sedangkan variabel dependen dari penelitian ini adalah sikap pemirsa televisi atas merek sabun wajah Dove di Surabaya. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Model persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan adalah sebagai berikut.

$$Y = 0.812 + 0.100X_1 + 0.315X_2 + e$$

Dari hasil regresi yang diperoleh, dapat disimpulkan variabel independen yang digunakan memiliki pengaruh yang simultan. Hal ini bisa dilihat dari uji F yang menunjukkan hasil yang signifikan diantara nilai sebesar 117.605, yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2.351, sedangkan uji t juga menunjukkan hasil yang signifikan secara parsial pada variabel X_1 (sumber pembawa pesan (*endorser*)) dan X_2 (argumen pesan). Dengan melihat koefisien determinasi parsial (r^2) dapat diketahui bahwa variabel yang mempunyai pengaruh paling besar adalah variabel argumen pesan dengan koefisien determinasi parsial 0.471 dan variabel sumber pembawa pesan dengan nilai 0.451, sedangkan asumsi klasik yang tidak boleh terjadi dalam regresi linier berganda dalam penelitian ini tidak terjadi, sehingga hasil regresi yang dihasilkan dapat digunakan.